

**PENGARUH *ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR*  
TERHADAP *SERVICE QUALITY* DAN DAMPAKNYA  
PADA KEPERCAYAAN PELANGGAN DI  
PT. MILLENIUM PENATA FUTURES  
SURABAYA**

**S K R I P S I**

**Diajukan Untuk memenuhi Sebagian Persyaratan  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi  
Jurusan Manajemen**



Oleh :

**SURACHMAD**  
**NPM : 0612115040**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”  
JAWA TIMUR  
2010**

**PENGARUH *ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR*  
TERHADAP *SERVICE QUALITY* DAN DAMPAKNYA  
PADA KEPERCAYAAN PELANGGAN DI  
PT. MILLENIUM PENATA FUTURES  
SURABAYA**

**S K R I P S I**



Oleh :

**SURACHMAD**  
**NPM : 0612115040**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”  
JAWA TIMUR  
2010**

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRAKSI .....</b>	<b>x</b>

### **BAB I    PENDAHULUAN**

1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	6
1.3. Tujuan Penelitian .....	6
1.4. Manfaat Penelitian .....	6

### **BAB II   TINJAUAN PUSTAKA**

2.1. Penelitian Terdahulu .....	8
2.2. Landasan Teori .....	9
2.2.1. Manajemen Sumber Daya Manusia .....	9
2.2.1.1. Pengertian Manajemen Sumber Daya Manusia.	9
2.2.1.2. Tujuan Manajemen Sumber Daya Manusia.....	11
2.2.2. Manajemen Perilaku Konsumen .....	12
2.2.3. Organizational Citizenship Behaviour (OCB) .....	14

2.2.3.1. Pengertian Organizational Citizenship Behaviour (OCB) .....	14
2.2.3.2. Indikator Organizational Citizenship Behaviour (OCB) .....	15
2.2.4. Kualitas Layanan (Service Quality) .....	15
2.2.4.1. Pengertian Service Quality .....	15
2.2.4.2. Atribut Service Quality .....	17
2.2.5. Kepercayaan Pelanggan .....	19
2.3. Hubungan Antar Variabel .....	21
2.3.1. Pengaruh Organizational Citizenship Behaviour Terhadap Service Quality .....	21
2.3.2. Pengaruh Service Quality Terhadap Kepercayaan Pelanggan .....	22
2.4. Model Penelitian .....	24
2.5. Hipotesis .....	25

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	26
3.1.1. Definisi Operasional .....	26
3.1.2. Pengukuran Variable .....	29
3.2. Teknik Pengumpulan Sampel .....	30
3.3. Teknik Pengumpulan Data .....	31
3.3.1. Jenis Data .....	31
3.3.2. Sumber Data .....	31
3.3.3. Pengumpulan Data .....	31

3.4. Teknik Analisis dan Uji Hipótesis .....	32
3.4.1. Uji Reliabilitas dan Validitas .....	32
3.4.2. Uji Outlier Univariat dan Multivariat .....	32
3.4.2.1. Uji Outlier Univariat .....	33
3.4.2.2. Uji Outlier Multivariat .....	33
3.4.3. Uji Normalitas Data .....	34
3.4.4. Pemodelan SEM (Structural Equation Modeling) .....	34
3.4.5. Uji Hipotesis .....	36

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1. Deskripsi Hasil Penelitian .....	39
4.1.1. Deskripsi Karakteristik Responden .....	39
4.1.2. Organizational Citizenship Behaviour (X) .....	40
4.1.3. Service Quality (Y) .....	42
4.1.4. Kepercayaan Pelanggan (Z) .....	43
4.2. Analisis Data .....	45
4.2.1. Uji Outlier .....	45
4.2.2. Uji Reliabilitas .....	47
4.2.3. Uji Validitas .....	48
4.2.4. Uji Construct Reliability & Variance Extrated .....	49
4.2.5. Uji Normalitas .....	51
4.2.6. Analisis Model One – Step Approach to SEM .....	52
4.2.7. Uji Kausalitas .....	57

4.3. Pembahasan .....	58
4.3.1. Pengujian Hipótesis Hubungan Organizational Citizenship Behaviour Dengan Service Quality .....	58
4.3.2. Pengujian Hipótesis Hubungan Service Quality Dengan Kepercayaan (Trust) .....	59

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1. Kesimpulan .....	62
5.2. Saran .....	62

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **DAFTAR LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Jumlah Uang / Omset Untuk Transaksi Periode Januari – Agustus 2010 .....	5
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	39
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	40
Tabel 4.3. Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Organizational Citizenship Behaviour (X) .....	41
Tabel 4.4. Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Service Quality (Y) .....	42
Tabel 4.5. Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Kepercayaan Pelanggan (Z) .....	44
Tabel 4.6. Residual Statistics .....	46
Tabel 4.7. Pengujian Reliability Consistency Internal .....	47
Tabel 4.8. Standardize Faktor Loading dan Construct dengan Confirmatory Factor Analysis .....	49
Tabel 4.9. Construct Reliability dan Variance Extracted .....	50
Tabel 4.10. Assessment Of Normality .....	51
Tabel 4.11. Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Indices Model One – Step Approach – Bass Model .....	53
Tabel 4.12. Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Indices Model One – Step Approach – Eleminasi .....	54
Tabel 4.13. Variabel yang Dimodifikasi Dalam Model .....	56
Tabel 4.14. Evaluasi Kriteria Goodness of Fit Indices Model : One Indices Approach – Modifikasi .....	56
Tabel 4.15. Uji Kausalitas Antar Faktor .....	57

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian .....	24
Gambar 4.1. Model Pengukuran & Struktural Organizational Citizenship Behaviour, Service Quality & Trust Model Specification : One Step Approach – Base Model .....	53
Gambar 4.2. Model Pengukuran & Struktural Organizational Citizenship Behaviour, Service Quality & Trust Model Specification : One Step Approach _ Eleminasi Model .....	54
Gambar 4.3. Model Pengukuran & Struktural Organizational Citizenship Behaviour, Service Quality & Trust Model Specification : One Step Approach – Elimination Modification Model .....	55



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Oranizational Citizenship Behaviour (X), Service Quality (Y),  
Kepercayaan Pelanggan (Z)

Lampiran 3. Hasil Pengolahan Data

**PENGARUH *ORGANIZATIONAL CITIZENSHIP BEHAVIOR* TERHADAP  
*SERVICE QUALITY* DAN DAMPAKNYA PADA KEPERCAYAAN  
PELANGGAN DI PT. MILLENIUM PENATA FUTURES  
SURABAYA**

Oleh :

**Surachmad**

**Abstraksi**

Penelitian ini dilakukan pada PT. Millenium Penata Futures Surabaya. Fenomena yang dihadapi oleh perusahaan saat ini adalah semakin menurunnya jumlah uang / omset untuk transaksi periode Januari – Agustus 2010 telah terjadi penurunan total omset (dalam Rupiah) untuk transaksi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *organizational citizenship behavior* terhadap *service quality* dan dampaknya pada kepercayaan pelanggan di PT. Millenium Penata Futures Surabaya

Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *probability sampling* tepatnya *simple random sampling* yaitu teknik pemilihan sampel dimana semua anggota populasi mendapat peluang yang sama untuk menjadi sampel. Pengambilan sampel didasari oleh asumsi SEM yaitu 5-10 kali parameter yang diestimasi. Pada penelitian ini ada 21 indikator, sehingga jumlah sampel yang diestimasi adalah antara 105-210 responden. Adapun jumlah sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah sebesar 105 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah SEM yang akan mempermudah untuk melihat pengaruh *organizational citizenship behavior* terhadap *service quality* dan dampaknya pada kepercayaan pelanggan yang akan diuji.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa *organizational citizenship behavior* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *service quality* pada PT. Millenium Penata Futures Surabaya, serta *service quality* tidak berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepercayaan nasabah pada PT. Millenium Penata Futures Surabaya.

**Key Words:** *Organizational Citizenship Behavior, Service Quality* dan Kepercayaan

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Dewasa ini sangat banyak tawaran investasi yang menjanjikan keuntungan menggiurkan. Salah satu yang memiliki potensi menghasilkan keuntungan amat besar dalam waktu singkat adalah investasi di Perdagangan Berjangka Komoditi yang ditransaksikan di Bursa Berjangka.

Investasi di Perdagangan Berjangka Komoditi semakin hari semakin menarik para pengelola dana sebagai lahan tujuan investasi, terutama di negara-negara maju. Investasi ini semakin karak sejak adanya kesepakatan WTO, APEC dan AFTA karena transaksi yang berlangsung melibatkan penyelenggaraan pelaku dari seluruh dunia. Seluruh proses transparan karena tergantung pada mekanisme pasar. Beberapa pelaku pasar dan pengamat dunia investasi dan keuangan menyebutnya sebagai *Trend Investasi Masa Depan*.

Organisasi jasa memiliki keunikan tersendiri dibanding manufaktur. Keunikan ini semakin penting di era kompetitif ini. Industri jasa tidak saja mendampingi pemasaran produk bahkan seringkali menjadi kunci keberhasilan pemasaran produk manufaktur. Tidak mengherankan ketika saat ini banyak Pemasar menggunakan berbagai pendekatan yang bertujuan untuk mengkondisikan benak konsumen menjadi lebih positif pada penawaran-penawaran yang dilakukan manufaktur.

Perpindahan nilai menjadi inti dalam setiap usaha. Namun yang menjadi keunikan utama pada industri jasa adalah tidak adanya perpindahan kepemilikan, karena itu proses penciptaan nilai menjadi sangat penting. Konsumen akan senantiasa mencari perusahaan yang mampu menambah nilai bagi kebutuhannya.

Proses penciptaan nilai merupakan proses yang tentu saja melibatkan keseluruhan anggota organisasi utamanya karyawan lini terdepan. Lini terdepan merupakan jajaran penting organisasi karena merekalah yang secara langsung berinteraksi dengan konsumen. Semua filosofi perusahaan akan misi dan visi mereka secara tidak langsung menjadi tanggung jawab lini depan dalam mengkomunikasikannya dengan konsumen.

Kondisi-kondisi di atas memberi implikasi bahwa sumber daya manusia yang potensial, mampu mengadaptasi kemajuan dan perkembangan ilmu dan teknologi untuk menghasilkan produk terkini (*up to date*), menjadi kebutuhan organisasi atau perusahaan. Setiap organisasi atau perusahaan berusaha menemukan dan melaksanakan struktur organisasi yang memungkinkan sumber daya manusia yang berkualitas dan kompetitif sehingga akan diperoleh hasil kerja yang diharapkan.

Ironisnya, untuk mendapatkan sumber daya manusia Indonesia yang berkualitas dan kompetitif bukan hal yang mudah. Bahkan menurut data dari *United Nation for Development Program (UNDP)*, tentang *Human Development Index (HDI)* Indonesia pada tahun 2003 menduduki peringkat 112 dari 179 negara. Fakta ini merupakan keterpurukan sumber daya manusia Indonesia, karena pada tahun 2002 Indonesia menempati urutan ke 110 dari 173 negara

(Jawa Pos, 10/7/2003). Sepatutnya Indonesia bekerja keras dalam melakukan pengembangan sumber daya manusia.

Untuk melakukan sesuatu yang baik seseorang (karyawan) memang tidak selalu digerakkan oleh hal-hal yang hanya menguntungkan dirinya. Dengan kemampuan berempati seseorang (karyawan) bisa memahami orang lain dan lingkungannya serta bisa menyelaraskan nilai-nilai individual yang dianutnya dengan nilai-nilai yang dianut lingkungannya, sehingga muncul perilaku yang *nice* yaitu sebagai *good citizen*. Jika karyawan dalam organisasi memiliki OCB, karyawan dapat mengendalikan perilakunya sendiri sehingga mampu memilih perilaku terbaik untuk kepentingan organisasinya. Untuk dapat meningkatkan OCB karyawan maka sangat penting bagi organisasi untuk mengetahui apa yang menyebabkan timbulnya atau meningkatnya OCB. Ada tiga faktor internal penting yang mempengaruhi OCB yaitu moral karyawan, Organ and Ryan, (1995), Jaqueline (2002); komitmen karyawan Podsakof (1996) dalam Organ *et al.* (2006) , Yan Dyne & Ang (1998); serta motivasi, (Bienstock, *et al.*, 2003), Jones dan Schaubroeck (2004).

PT Millenium Penata Futures sebagai perusahaan jasa fasilitator yang menjembatani antara para pemilik modal (nasabah atau investor) dengan perdagangan internasional (market global) mendedikasikan penuh dalam pasar keuangan dan menyediakan jasa keuangan terbaik, serta memberikan nilai yang berarti kepada nasabah dalam meningkatkan pengetahuan melalui pasar. Memberikan pelayanan yang terbaik (cepat, tepat, aman dan nyaman) sesuai dengan harapan para nasabah.

Hal ini sesuai dengan pendapat Djati (2005; 241) yang menyatakan bahwa kepercayaan merupakan persepsi akan keterhandalan dari sudut pandang konsumen yang didasarkan pada pengalaman atau lebih pada urutan transaksi atau interaksi yang dicirikan oleh terpenuhinya harapan akan kinerja produk dan kepuasan.

Djati dan Ferrinadewi (2005) juga menyatakan adanya hubungan antara *organizational citizenship behavior*, *service quality* dan kepercayaan pelanggan. Djati juga menyatakan bahwa kualitas layanan (*service quality*) dibentuk oleh dimensi-dimensi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* merupakan stimulus dan mempengaruhi rasa percaya konsumen terhadap perusahaan. *Organizational Citizenship Behavior* mempengaruhi kualitas layanan karyawan artinya OCB yang baik dapat menjaga stabilitas kinerja karyawan terutama karyawan lini depan. Besarnya pengaruh tidak langsung OCB terhadap kepercayaan konsumen melalui kualitas layanan, menunjukkan kebutuhan akan kerjasama yang erat diantara karyawan untuk memperoleh rasa percaya konsumen.

Pentingnya karyawan pada proses transfer nilai ini merupakan fakta yang tidak dapat dihindari. Bidang jasa memerlukan adanya hubungan saling percaya antara karyawan dengan konsumen dan kepercayaan ini dapat diperoleh dari kinerja karyawan (Djati dan Ferrinadewi, 2005) seperti telah diprosisikan sebelumnya bahwa kualitas layanan yang diberikan karyawan yang tercermin dalam *tangible*, *reability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* merupakan stimuli dalam proses terciptanya rasa percaya pada penyedia jasa.

Fenomena yang terjadi pada saat ini di PT Millenium Penata Futures Surabaya tidak terlepas dari permasalahan yang berhubungan dengan kepercayaan nasabah. Hal tersebut dapat diketahui dari jumlah uang / omset untuk transaksi dalam 8 bulan terakhir dari Januari – Agustus 2010.

Tabel 1.1

Jumlah Uang / Omset Untuk Transaksi  
Periode Januari – Agustus 2010

Periode	Total Omset (Rupiah)
Jan 2010	2.159.619.000
Feb 2010	2.325.744.000
Mar 2010	1.827.370.000
Apr 2010	2.574.930.000
Mei 2010	1.993.495.000
Jun 2010	1.744.308. 000
Jul 2010	996.747.000
Agu 2010	1.162.872.000

Sumber : PT Millenium Penata Futures Surabaya, Tahun 2010

Berdasarkan tabel 1, dapat diketahui bahwa selama periode Januari – Agustus 2010 telah terjadi penurunan total omset (dalam Rupiah) untuk transaksi. Hal ini salah satunya disebabkan pendugaan semakin menurunnya tingkat kepercayaan nasabah untuk menginvestasikan uangnya untuk diikutkan dalam transaksi saham di PT Millenium Penata Futures Surabaya

Mengacu pada permasalahan yang ada, maka penelitian ini mengambil judul: "Pengaruh *Organizational Citizenship Behavior* Terhadap *Service Quality* dan dampaknya pada Kepercayaan Pelanggan Di PT. Millenium Penata Futures Surabaya"

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang permasalahan yang ada, maka perumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *organizational citizenship behavior* berpengaruh terhadap *service quality* pada PT. Millenium Penata Futures Surabaya?
2. Apakah *service quality* berpengaruh terhadap kepercayaan pelanggan pada PT. Millenium Penata Futures Surabaya?

## 1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah dapat dikemukakan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *organizational citizenship behavior* terhadap *service quality* pada PT. Millenium Penata Futures Surabaya
2. Untuk mengetahui pengaruh *service quality* terhadap kepercayaan pelanggan pada PT. Millenium Penata Futures Surabaya

## 1.4. Manfaat Penelitian

Sebagaimana layaknya karya ilmiah ini, hasil yang diperoleh diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan dan berhubungan dengan obyek penelitian antara lain :

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu manajemen sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk menyusun strategi, ataupun kebijakan perusahaan dan kesejahteraan karyawan dapat dipenuhi.



## 2. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan salah satu kesempatan untuk menerapkan teori yang diperoleh dalam kenyataan yang terjadi di lapangan, serta dapat menjadi acuan bagi peneliti – peneliti berikutnya yang terkait.

## 3. Bagi ilmu pengetahuan

Penelitian ini memberikan nilai tambah bagi khasanah ilmu pengetahuan dan memberikan landasan bagi pemilik – pemilik di masa yang akan datang.